

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **“Peranan Sistem Informasi Pemasaran Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Bagi Manajer Pada PT BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya”** ini merupakan hasil penelitian kualitatif yang bertujuan menjawab pertanyaan tentang bagaimana implementasi sistem informasi pemasaran BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya dan bagaimana peranan sistem informasi pemasaran sebagai dasar pengambilan keputusan bagi manajer BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus pada objek. Studi kasus merupakan suatu penelitian kualitatif yang berusaha menemukan makna, menyelidiki proses, dan memperoleh pengertian dan pemahaman yang mendalam dari individu, kelompok, atau situasi. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan informan dalam penelitian ini yaitu manajer bisnis dan manajer operasional PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah implementasi sistem informasi pemasaran PT Bank BNI Syariah adalah berupa Laporan Bulanan Bank Umum Syariah (LBUS) dengan menggunakan metode *Exensible Business Reporting Language* (XBRL). Implementasi ini mengharuskan BNI Syariah untuk melakukan perubahan metode pelaporan yang semula berbasis format text file menjadi berbasis format XML dengan menggunakan metode XBRL. Selain itu, Divisi TI bekerja sama dengan unit bisnis selalu berupaya untuk melakukan penambahan dan optimalisasi fitur-fitur pelaporan pada aplikasi *Business Intelligence System* (BIS), aplikasi *Executive Dashboard* dan aplikasi *Report Delivery Channel* (RDC) guna mendukung penyediaan data baik untuk pihak internal divisi maupun pihak eksternal BNI Syariah. Peranan sistem informasi pemasaran dapat memenuhi kebutuhan untuk mengumpulkan data dan informasi secara skala besar dan dalam waktu yang cepat lebih dirasakan kepentingannya berbanding dengan perusahaan-perusahaan menengah apalagi kecil.

Saran untuk PT Bank BNI Syariah kantor cabang Surabaya untuk lebih memaksimalkan lagi sistem informasi pemasaran yang ada untuk berpromosi dan selalu melakukan *upgrade* dan *maintenance* terhadap sistem informasi pemasaran yang telah ada.